

Федеральное агентство по образованию
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОУВПО «АмГУ»

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой МЭ

_____ Л.А.Понкратова

« _____ » _____ 2007г.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМОЙ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

для специальности: 100103 «Социально-культурный сервис и туризм»

Составитель:
Ст. преподаватель кафедры «Мировая экономика»
Е.А. Царевская

Благовещенск

2007 г.

Печатается по решению
редакционно-издательского совета
экономического факультета
Амурского государственного
университета

Е.А.Царевская

Учебно-методический комплекс по дисциплине «Экономика и управление туристической фирмой» для студентов очной формы обучения специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм» - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2007. – 82 с.

Учебно-методические рекомендации ориентированы на оказание помощи студентам очной формы обучения по специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм» для успешного освоения дисциплины «Экономика и управление туристической фирмой» и овладения теорией и практикой бизнес планирования в туризме.

Рецензент: Врагова Н.К., кандидат экономических наук

© Амурский государственный университет, 2007

СОДЕРЖАНИЕ

1. Рабочая программа дисциплины «Экономика и управление туристической фирмой»	4
2. График самостоятельной учебной работы студентов по дисциплине	16
3. Методические рекомендации по проведению семинарских и практических занятий по дисциплине	16
4. План–конспект лекций по дисциплине	22
5. Методические рекомендации по выполнению домашних заданий	41
6. Требования к курсовым работам по дисциплине «Экономика и управление туристической фирмой»	41
7. Перечень программных продуктов, используемых в преподавании дисциплины «Экономика и управление туристической фирмой»	42
8. Методические указания по применению современных информационных технологий	43
9. Перечень контрольных вопросов к зачету по дисциплине «Экономика и управление туристической фирмой»	43
10. Карта обеспеченности дисциплины кадрами профессорско-преподавательского состава	44

1. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Федеральное агентство по образованию Российской Федерации
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ГОУ ВПО «АмГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ Е.С. Астапова

«__» _____ 200__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины «Экономика и управление туристической фирмой»

для специальности 100103 (2305) «Социально-культурный сервис и туризм»

курс 4

семестр 8

Лекции 28 (час.) Экзамен _____

Практические (семинарские) занятия 28 (час.) Зачет 8

Реферативные работы не предусмотрены (час.)

Курсовая работа 8 (час.)

Самостоятельная работа 74 (час.)

Всего часов 130

Составитель Е.А. Царевская

Факультет экономический

Кафедра Мировая экономика»

2007 г.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Экономика и управление туристической фирмой» не является дисциплиной стандарта.

Целью изучения дисциплины «Экономика и управление туристической фирмой» является получение целостного представления о планировании и управлении деятельности туристической фирмы как одной из важнейших функций управления.

Изучение дисциплины обеспечивает подготовку в области планирования деятельности по вопросам:

- обоснование выбора принципов стратегического управления туристической фирмой;
- оценка деятельности фирмы;
- анализ конкурентных преимуществ туристической фирмы;
- составление бизнес плана деятельности фирмы;
- оценка эффективности бизнес проектов и рисков по ним.

Требования к уровню освоения содержания дисциплины:

Курс «Экономика и управление туристической фирмой» основывается на ранее изученных студентами предметах – статистика, бухгалтерский учет, экономика и предпринимательство в туризме, анализ финансовой деятельности туристической фирмы, маркетинг в туризме, менеджмент в туризме, реклама в СКС и туризме.

В результате изучения дисциплины студенты должны:

а) знать:

- основные элементы стратегического и бизнес планирования деятельности фирмы;
- методы управления экономическими показателями деятельности фирмы;
- направления использования результатов бизнес планирования деятельности;

б) уметь:

- предложить и обосновать новые направления деятельности туристической фирмы;
- определить прогнозируемые результаты деятельности фирмы;
- выявить возможные риски и предложить методы их устранения.

Основные показатели оценки знаний студентов:

Зачет ставится при полном усвоении полученных знаний, только в случае выполнения в полном объеме самостоятельных практических заданий. При ответе на контрольные вопросы допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые студентом. При изложении ответа студент должен самостоятельно выделять существенные признаки изученного, формулировать выводы и обобщения, свободно оперировать фактами, использовать сведения из дополнительных источников.

Зачет не ставится при неполном и бессистемном изложении учебного материала. При ответе студент допускает существенные ошибки неисправляемые даже с помощью преподавателя. При невыполнении в полном объеме самостоятельных практических заданий.

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

дисциплины «Экономика и управление туристической фирмой»

№ п/п	Наименование темы	Количество часов	
		Лекций	Семинаров
1.	Сущность и принципы стратегического управления фирмой	2	2
2.	Сущность и принципы бизнес планирования деятельности туристической фирмы	2	2
3.	Цель, задачи и назначение бизнес плана туристической фирмы	2	2
4.	Методика составления бизнес плана	2	2
5.	Предприятие и отрасль: анализ внешней и внутренней среды фирмы	2	2
6.	Система формирования и реализации туристического продукта	4	3
7.	Конкуренция и конкурентное преимущество	4	3
8.	Разработка плана маркетинга	4	4
9.	Разработка финансовой части бизнес плана и оценка рисков	4	6
10.	Оценка эффективности бизнес плана туристической фирмы	2	2
	Итого	28	28

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Сущность и принципы стратегического управления фирмой

Стратегические решения в условиях конкуренции. Предпосылки возникновения и процесс стратегического управления туристской фирмы.

Создание и выбор организационно-правовой формы туристической фирмы.

Тема 2. Сущность и принципы бизнес планирования деятельности туристической фирмы

Понятие планирования деятельности, предпринимательской деятельности. Сущность и этапы бизнес - планирования. Структура бизнес плана, принципы бизнес

планирования. Принцип коммуникативности, принцип непрерывности, принцип реальности и т.д. Разработчики бизнес плана.

Тема 3. Цель, задачи и назначение бизнес плана туристической фирмы

Цели и задачи бизнес плана. Назначение бизнес плана. Особенности составления бизнес плана для разных сфер социально-культурного сервиса и туризма.

Тема 4. Методика составления бизнес плана

Методика составления бизнес плана. Этапы процесса планирования. Резюме (концепция) бизнес плана. Введение и содержание бизнес плана.

Тема 5. Предприятие и отрасль: анализ внешней и внутренней среды фирмы

Описание отрасли и сферы деятельности фирмы. Динамика основных показателей развития отрасли в регионе. SWOT – анализ отрасли и предприятия. Построение дерева целей предприятия. Анализ целей. Формулировка миссии фирмы.

Тема 6. Система формирования и реализации туристического продукта

Портрет услуги, портрет потребителя. Изучение спроса на услуги фирмы. Принципы выбора услуги. Формирование инвестиционных затрат, переменных и постоянных затрат фирмы. Расчет себестоимости продукции, работ, услуг.

Тема 7. Конкуренция и конкурентное преимущество

Понятие конкуренции. Анализ конкурентоспособности фирмы. Балльная оценка конкурентоспособности фирмы. Отбор качественных и количественных характеристик конкурентоспособности фирмы. Расчет интегрального показателя конкурентоспособности фирмы. Анализ конкурентного преимущества услуги. Конкурентные преимущества первого и второго порядка.

Тема 8. Разработка плана маркетинга

План маркетинга. Выбор стратегии и типа маркетинга на предприятии. Разработка товарной, ценовой рекламной, коммуникативной политики фирмы. Выбор каналов сбыта продукта. Расчет бюджета маркетинга. Построение организационной структуры фирмы.

Тема 9. Разработка финансовой части бизнес плана и оценка рисков

Расчет плана продаж, плана постоянных и переменных затрат. План кредитования (инвестирования) фирмы. Построение прогноза потока денежных средств и отчета о прибылях и убытках. Исследование денежного потока по методу дисконтирования. Виды и оценка финансовых рисков бизнес плана.

Тема 10. Оценка эффективности бизнес плана туристической фирмы

Расчет показателей рентабельности производства и реализации продукции, работ, услуг. Определение чистого приведенного дохода. Расчет пороговой выручки, запаса финансовой прочности.

ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Занятие 1. Сущность и принципы стратегического управления фирмой

1. Понятие стратегического планирования.
2. Стратегические решения в условиях конкуренции.
3. Предпосылки возникновения и процесс стратегического управления туристской фирмы.
4. Создание и выбор организационно-правовой формы туристической фирмы

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
3. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
4. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма [Текст]: учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. - М.: КноРус, 2004. - 438 с.
5. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Текст] : учеб. пособие: рек. УМО / М. В. Виноградова, З. И. Панина. - М.: Дашков и К, 2006. - 464 с.

Занятие 2. Сущность и принципы бизнес планирования деятельности туристической фирмы

1. Понятие бизнес - планирования.
2. Сущность и этапы бизнес - планирования.
3. Структура бизнес плана.
4. Принципы бизнес планирования.
5. Тематическая игра «Бизнес – идея».

Литература:

1. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
2. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма [Текст]: учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. - М.: КноРус, 2004. - 438 с.
3. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Текст] : учеб. пособие: рек. УМО / М. В. Виноградова, З. И. Панина. - М.: Дашков и К, 2006. - 464 с.
4. Королев, Д. Эффективное управление проектами [Текст] : производственно-практическое издание / Д. Королев. - М. : ОЛМА-ПРЕСС Инвест : ИНЭС, 2003. - 128 с.

5. Гуляев , В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие [Текст] : [Моногр.] / В. Г. Гуляев . - М.: Финансы и статистика, 2003. - 304 с.
6. Квартальнов, В.А. Теория и практика туризма [Текст] : учеб.: Рек. Гос. ком. по физ. культуре и спорту / В. А. Квартальнов. - М. : Финансы и статистика, 2003. - 672 с.
7. Боголюбов, В.С. Экономика туризма [Текст] : учеб. пособие: Доп. УМО вузов / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. - М. : Академия, 2005. - 191 с.

Занятие 3. Цель, задачи и назначение бизнес плана туристической фирмы

1. Цели и задачи бизнес плана.
2. Назначение бизнес плана.
3. Особенности составления бизнес плана для разных сфер социально-культурного сервиса и туризма.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма [Текст]: учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. - М.: КноРус, 2004. - 438 с.
3. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Текст] : учеб. пособие: рек. УМО / М. В. Виноградова, Э. И. Панина. - М.: Дашков и К, 2006. - 464 с.
4. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
5. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с
6. Королев, Д. Эффективное управление проектами [Текст] : производственно-практическое издание / Д. Королев. - М. : ОЛМА-ПРЕСС Инвест : ИНЭС, 2003. - 128 с.

Занятие 4. Методика составления бизнес плана

1. Методика составления бизнес плана.
2. Этапы процесса планирования.
3. Резюме (концепция) бизнес плана.
4. Введение и содержание бизнес плана.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.

2. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма [Текст]: учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. - М.: КноРус, 2004. - 438 с.
3. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Текст] : учеб. пособие: рек. УМО / М. В. Виноградова, З. И. Панина. - М.: Дашков и К, 2006. - 464 с.
4. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
5. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с
6. Королев, Д. Эффективное управление проектами [Текст] : производственно-практическое издание / Д. Королев. - М. : ОЛМА-ПРЕСС Инвест : ИНЭС, 2003. - 128 с.

Занятие 5. Предприятие и отрасль: анализ внешней и внутренней среды фирмы

Занятие проводится в форме практической разработки бизнес плана по подгруппам. В рамках практического занятия студенты проводят анализ динамики основных показателей развития отрасли (выбранной самостоятельно) в регионе. SWOT – анализ отрасли и предприятия. Построение дерева целей предприятия. Анализ целей. Формулировка миссии фирмы.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : Учебник для вузов: Рек. Мин. обр. РФ / В.С. Сенин . - М. : Финансы и статистика, 1999. - 400 с.
3. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
5. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес [Текст] / Е.П. Пузакова, В.А. Честникова . - М.: Экспертное бюро-М, 1997. - 176 с.
6. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
7. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с

Занятие 6. Система формирования и реализации туристического продукта

Занятие проводится в форме практической разработки бизнес плана по подгруппам. В рамках практического занятия студенты составляют портрет услуги, портрет потребителя, изучают спрос на услуги фирмы, определяют принципы выбора услуги, формируют инвестиционные затраты, переменные и постоянные затраты фирмы, Рассчитывают себестоимость продукции, работ, услуг.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : Учебник для вузов: Рек. Мин. обр. РФ / В.С. Сенин . - М. : Финансы и статистика, 1999. - 400 с.
3. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
5. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес [Текст] / Е.П. Пузакова, В.А. Честникова . - М.: Экспертное бюро-М, 1997. - 176 с.
6. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
7. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с

Занятие 7-8. Конкуренция и конкурентное преимущество

Занятие проводится в форме практической разработки бизнес плана по подгруппам. В рамках практического занятия студенты проводят анализ конкурентоспособности фирмы, рассчитывают интегральный показатель конкурентоспособности фирмы, проводят анализ конкурентного преимущества услуги.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : Учебник для вузов: Рек. Мин. обр. РФ / В.С. Сенин . - М. : Финансы и статистика, 1999. - 400 с.
3. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
5. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес [Текст] / Е.П. Пузакова, В.А. Честникова . - М.: Экспертное бюро-М, 1997. - 176 с.
6. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.

7. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с

Занятие 9-10. Разработка плана маркетинга

Занятие проводится в форме практической разработки бизнес плана по подгруппам. В рамках практического занятия студенты разрабатывают план маркетинга. Осуществляют выбор стратегии и типа маркетинга на предприятии, разработку товарной, ценовой рекламной, коммуникативной политики фирмы. Рассчитывают бюджет маркетинга и строят организационную структуру фирмы.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : Учебник для вузов: Рек. Мин. обр. РФ / В.С. Сенин . - М. : Финансы и статистика, 1999. - 400 с.
3. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
5. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес [Текст] / Е.П. Пузакова, В.А. Честникова . - М.: Экспертное бюро-М, 1997. - 176 с.
6. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
7. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с

Занятие 11-13. Разработка финансовой части бизнес плана и оценка рисков

Занятие проводится в форме практической разработки бизнес плана по подгруппам. В рамках практического занятия студенты проводят расчет финансовой части своих проектов.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : Учебник для вузов: Рек. Мин. обр. РФ / В.С. Сенин . - М. : Финансы и статистика, 1999. - 400 с.
3. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.

5. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес [Текст] / Е.П. Пузакова, В.А. Честникова . - М.: Экспертное бюро-М, 1997. - 176 с.
6. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
7. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с

Занятие 14. Оценка эффективности бизнес плана туристической фирмы

Занятие проводится в форме практической разработки бизнес плана по подгруппам. В рамках практического занятия студенты проводят оценку эффективности своих проектов, а также осуществляют их публичную защиту.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : Учебник для вузов: Рек. Мин. обр. РФ / В.С. Сенин . - М. : Финансы и статистика, 1999. - 400 с.
3. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
5. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес [Текст] / Е.П. Пузакова, В.А. Честникова . - М.: Экспертное бюро-М, 1997. - 176 с.
6. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
7. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

1. Знакомство и работа с периодическими изданиями с целью углубленного изучения некоторых аспектов бизнес - планирования.
2. Студенты самостоятельно разрабатывают бизнес идею и оформляют ее в виде бизнес - проекта. Задание: Разработать бизнес - идею по использованию двухэтажного особняка XIX века. Администрация города предоставляет особняк в долгосрочную бесплатную аренду победителям, при условии, что их проект будет социально и экономически эффективен.

ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Промежуточный контроль осуществляется посредством проведения презентаций по отдельным разделам самостоятельно разработанных бизнес – проектов.

КУРСОВЫЕ РАБОТЫ

Курсовые работы студенты выполняют по разработке бизнес-планов, самостоятельно определяя сферу планирования в разрезе социально-культурного сервиса и туризма. Примерный перечень тем курсовых работ:

1. Особенности бизнес – планирования на предприятиях питания (на примере ...)
2. Особенности бизнес – планирования в туристической сфере (на примере ...)
3. Особенности бизнес – планирования в сфере гостиничного хозяйства (на примере ...)
4. Особенности бизнес – планирования в сфере отдыха и развлечений (на примере ...)
5. Особенности бизнес – планирования на транспортных предприятиях (на примере ...)
6. Управление прибылью на предприятии
7. Управление затратами на предприятии
8. Разработка инвестиционных проектов в сфере социально-культурного сервиса и туризма
9. Стратегическое управление туристической фирмой
10. Анализ безубыточности производства и реализации турпродукта: особенности и возможности применения.
11. Факторный анализ себестоимости производства и реализации турпродукта.
12. Кредитование туристической фирмы: особенности и возможности получения кредита.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Понятие стратегического планирования.
2. Стратегические решения в условиях конкуренции.
3. Предпосылки возникновения и процесс стратегического управления туристской фирмы.
4. Создание и выбор организационно-правовой формы туристической фирмы
5. Понятие бизнес - планирования.
6. Сущность и этапы бизнес - планирования.

7. Структура бизнес плана.
8. Принципы бизнес планирования.
9. Цели и задачи бизнес плана.
10. Назначение бизнес плана.
11. Особенности составления бизнес плана для разных сфер социально-культурного сервиса и туризма.
12. Методика составления бизнес плана.
13. Этапы процесса планирования.
14. Резюме (концепция) бизнес плана.
15. Введение и содержание бизнес плана.
16. Описание предприятия и отрасли.
17. Система формирования и реализации услуги
18. Конкуренция и конкурентное преимущество
19. План маркетинга
20. Организационный план фирмы
21. Финансовый план
22. Оценка рисков
23. Эффективность бизнес-проектов

ЛИТЕРАТУРА ПО КУРСУ

Основная литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : Учебник для вузов: Рек. Мин. обр. РФ / В.С. Сенин . - М. : Финансы и статистика, 1999. - 400 с.
3. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
5. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма [Текст]: учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. - М.: КноРус, 2004. - 438 с.
6. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Текст] : учеб. пособие: рек. УМО / М. В. Виноградова, Э. И. Панина. - М.: Дашков и К, 2006. - 464 с.

Дополнительная литература:

1. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес [Текст] / Е.П. Пузакова, В.А. Честникова . - М.: Экспертное бюро-М, 1997. - 176 с.

2. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
3. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с
4. Королев, Д. Эффективное управление проектами [Текст] : производственно-практическое издание / Д. Королев. - М. : ОЛМА-ПРЕСС Инвест : ИНЭС, 2003. - 128 с.
5. Гуляев , В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие [Текст] : [Моногр.] / В. Г. Гуляев . - М.: Финансы и статистика, 2003. - 304 с.
6. Квартальнов, В.А. Теория и практика туризма [Текст] : учеб.: Рек. Гос. ком. по физ. культуре и спорту / В. А. Квартальнов. - М. : Финансы и статистика, 2003. - 672 с.
7. Боголюбов, В.С. Экономика туризма [Текст] : учеб. пособие: Доп. УМО вузов / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. - М. : Академия, 2005. - 191 с.

2. ГРАФИК САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Содержание самостоятельной работы студентов	Объем самостоятельной работы студентов, в часах	Сроки выполнения самостоятельной работы	Контроль за выполнением самостоятельной работы
Работа с периодической литературой при подготовке к семинарским занятиям	14	К каждому семинарскому	Опрос студентов по вопросам семинарского занятия
Студенты самостоятельно разрабатывают бизнес идею и оформляют ее в виде бизнес - проекта. Задание: Разработать бизнес - идею по использованию двухэтажного особняка XIX века. Администрация города предоставляет особняк в долгосрочную бесплатную аренду победителям, при условии, что их проект будет социально и экономически эффективен	60	К семинарским занятиям с 4 по 10 темам	Публичная защита разработанных бизнес проектов
Итого	74		

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Занятие 1. Сущность и принципы стратегического управления фирмой

1. Понятие стратегического планирования.
2. Стратегические решения в условиях конкуренции.
3. Предпосылки возникновения и процесс стратегического управления туристской фирмы.
4. Создание и выбор организационно-правовой формы туристической фирмы

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
3. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
4. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма [Текст]: учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. - М.: КноРус, 2004. - 438 с.
5. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Текст] : учеб. пособие: рек. УМО / М. В. Виноградова, З. И. Панина. - М.: Дашков и К, 2006. - 464 с.

Занятие 2. Сущность и принципы бизнес планирования деятельности туристической фирмы

1. Понятие бизнес - планирования.
2. Сущность и этапы бизнес - планирования.
3. Структура бизнес плана.
4. Принципы бизнес планирования.
5. Тематическая игра «Бизнес – идея».

Литература:

1. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
2. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма [Текст]: учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. - М.: КноРус, 2004. - 438 с.
3. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Текст] : учеб. пособие: рек. УМО / М. В. Виноградова, З. И. Панина. - М.: Дашков и К, 2006. - 464 с.
4. Королев, Д. Эффективное управление проектами [Текст] : производственно-практическое издание / Д. Королев. - М. : ОЛМА-ПРЕСС Инвест : ИНЭС, 2003. - 128 с.
5. Гуляев , В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие [Текст] : [Моногр.] / В. Г. Гуляев . - М.: Финансы и статистика, 2003. - 304 с.
6. Квартальнов, В.А. Теория и практика туризма [Текст] : учеб.: Рек. Гос. ком. по физ. культуре и спорту / В. А. Квартальнов. - М. : Финансы и статистика, 2003. - 672 с.
7. Боголюбов, В.С. Экономика туризма [Текст] : учеб. пособие: Доп. УМО вузов / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. - М. : Академия, 2005. - 191 с.

Занятие 3. Цель, задачи и назначение бизнес плана туристической фирмы

1. Цели и задачи бизнес плана.
2. Назначение бизнес плана.
3. Особенности составления бизнес плана для разных сфер социально-культурного сервиса и туризма.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма [Текст]: учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. - М.: КноРус, 2004. - 438 с.
3. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Текст] : учеб. пособие: рек. УМО / М. В. Виноградова, З. И. Панина. - М.: Дашков и К, 2006. - 464 с.
4. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
5. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с
6. Королев, Д. Эффективное управление проектами [Текст] : производственно-практическое издание / Д. Королев. - М. : ОЛМА-ПРЕСС Инвест : ИНЭС, 2003. - 128 с.

Занятие 4. Методика составления бизнес плана

1. Методика составления бизнес плана.
2. Этапы процесса планирования.
3. Резюме (концепция) бизнес плана.
4. Введение и содержание бизнес плана.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма [Текст]: учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. - М.: КноРус, 2004. - 438 с.
3. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Текст] : учеб. пособие: рек. УМО / М. В. Виноградова, З. И. Панина. - М.: Дашков и К, 2006. - 464 с.
4. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
5. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с

6. Королев, Д. Эффективное управление проектами [Текст] : производственно-практическое издание / Д. Королев. - М. : ОЛМА-ПРЕСС Инвест : ИНЭС, 2003. - 128 с.

Занятие 5. Предприятие и отрасль: анализ внешней и внутренней среды фирмы

Занятие проводится в форме практической разработки бизнес плана по подгруппам. В рамках практического занятия студенты проводят анализ динамики основных показателей развития отрасли (выбранной самостоятельно) в регионе. SWOT – анализ отрасли и предприятия. Построение дерева целей предприятия. Анализ целей. Формулировка миссии фирмы.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : Учебник для вузов: Рек. Мин. обр. РФ / В.С. Сенин . - М. : Финансы и статистика, 1999. - 400 с.
3. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
5. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес [Текст] / Е.П. Пузакова, В.А. Честникова . - М.: Экспертное бюро-М, 1997. - 176 с.
6. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
7. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с

Занятие 6. Система формирования и реализации туристического продукта

Занятие проводится в форме практической разработки бизнес плана по подгруппам. В рамках практического занятия студенты составляют портрет услуги, портрет потребителя, изучают спрос на услуги фирмы, определяют принципы выбора услуги, формируют инвестиционные затраты, переменные и постоянные затраты фирмы, Рассчитывают себестоимость продукции, работ, услуг.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : Учебник для вузов: Рек. Мин. обр. РФ / В.С. Сенин . - М. : Финансы и статистика, 1999. - 400 с.

3. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
5. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес [Текст] / Е.П. Пузакова, В.А. Честникова . - М.: Экспертное бюро-М, 1997. - 176 с.
6. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
7. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с

Занятие 7-8. Конкуренция и конкурентное преимущество

Занятие проводится в форме практической разработки бизнес плана по подгруппам. В рамках практического занятия студенты проводят анализ конкурентоспособности фирмы, рассчитывают интегральный показатель конкурентоспособности фирмы, проводят анализ конкурентного преимущества услуги.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : Учебник для вузов: Рек. Мин. обр. РФ / В.С. Сенин . - М. : Финансы и статистика, 1999. - 400 с.
3. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
5. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес [Текст] / Е.П. Пузакова, В.А. Честникова . - М.: Экспертное бюро-М, 1997. - 176 с.
6. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
7. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с

Занятие 9-10. Разработка плана маркетинга

Занятие проводится в форме практической разработки бизнес плана по подгруппам. В рамках практического занятия студенты разрабатывают план маркетинга. Осуществляют выбор стратегии и типа маркетинга на предприятии, разработку товарной, ценовой рекламной, коммуникативной политики фирмы. Рассчитывают бюджет маркетинга и строят организационную структуру фирмы.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : Учебник для вузов: Рек. Мин. обр. РФ / В.С. Сенин . - М. : Финансы и статистика, 1999. - 400 с.
3. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
5. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес [Текст] / Е.П. Пузакова, В.А. Честникова . - М.: Экспертное бюро-М, 1997. - 176 с.
6. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
7. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с

Занятие 11-13. Разработка финансовой части бизнес плана и оценка рисков

Занятие проводится в форме практической разработки бизнес плана по подгруппам. В рамках практического занятия студенты проводят расчет финансовой части своих проектов.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : Учебник для вузов: Рек. Мин. обр. РФ / В.С. Сенин . - М. : Финансы и статистика, 1999. - 400 с.
3. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
5. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес [Текст] / Е.П. Пузакова, В.А. Честникова . - М.: Экспертное бюро-М, 1997. - 176 с.
6. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
7. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с

Занятие 14. Оценка эффективности бизнес плана туристической фирмы

Занятие проводится в форме практической разработки бизнес плана по подгруппам. В рамках практического занятия студенты проводят оценку эффективности своих проектов, а также осуществляют их публичную защиту.

Литература:

1. Экономика современного туризма / Ред. Г.А. Карпова. - М.-СПб. : Герда, 1998. - 412с.
2. Сенин, В.С. Организация международного туризма [Текст] : Учебник для вузов: Рек. Мин. обр. РФ / В.С. Сенин . - М. : Финансы и статистика, 1999. - 400 с.
3. Квартальнов, В.А. Туризм [Текст]: учеб.: рек. Мин. РФ по физич. культуре спорту и туризму / В.А. Квартальнов . - М.: Финансы и статистика, 2001, 2002, 2004. - 320 с.
4. Здоров, А.Б. Экономика туризма [Текст] : учеб.: Рек. НМС по спец. "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - М. : Финансы и статистика, 2004, 2005. - 268 с.
5. Пузакова, Е.П. Международный туристический бизнес [Текст] / Е.П. Пузакова, В.А. Честникова . - М.: Экспертное бюро-М, 1997. - 176 с.
6. Чеботарь, Ю.М. Туристический бизнес [Текст]: Практ. пособие для турфирм и их клиентов / Чеботарь Ю.М.. - М.: Мир деловой книги, 1997. - 69 с.
7. Балабанов, И.Т. Экономика туризма [Текст]: Учеб. пособие: Рек. Мин. обр. РФ / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 176. с

4. ПЛАН-КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМОЙ»

Тема1. Индустрия туризма как объект комплексного планирования

План:

1. Сущность и функции планирования на уровне макро- и микроэкономику
2. Взаимосвязь стратегического и оперативного планирования
3. Общие принципы планирования туризма

Туризм представляет собой, с одной стороны, сложную социально-экономическую систему, а с другой — отрасль экономики. Однако его можно также в *упрощенном варианте рассматривать как деятельность, и с этой точки зрения он будет подчиняться всем принципам и правилам, характерным для планирования в целом, безотносительно специфики отрасли или уровня, на котором оно осуществляется.*

Планирование относится к выбору между альтернативными действиями, а также включает в себя анализ будущего состояния, постановку основных целей и задач, призванных способствовать достижению этих целей.

Невозможно обойти вниманием обобщенное **определение планирования**, выведенное американским специалистом и международным консультантом в области планирования туризма Эдвардом Инскипом. Так, **он предлагает рассматривать планирование как организацию будущего для достижения ряда определенных целей и задач.** Несмотря на кажущуюся простоту, данное определение очень точно передает

всю сущность процесса планирования. Его результатом является некоторый план.

План—это предвидимая и подготовленная на некоторый период времени программа социально-экономического развития объекта и всех его подразделений.

Планирование деятельности является наиболее важной функцией менеджмента. В планах отражаются все принятые управленческие решения, содержатся обоснованные расчеты объемов производства и продажи продукции, приводится экономическая оценка затрат и ресурсов, конечных результатов производства.

В мире ограниченных производственных ресурсов рыночное планирование их использования служит основой экономической свободы как производителей товаров и услуг, так и потребителей материальных благ. В условиях рынка, когда действующие цены на все продукты и ресурсы свободно устанавливаются самими конкурирующими производителями и потребителями, каждое предприятие или фирма самостоятельно решают, какие товары и в каких количествах им следует производить в предстоящем плановом периоде.

Планирование деятельности стало в настоящее время экономической основой свободных рыночных отношений отдельных людей и целых трудовых коллективов, малых и больших предприятий, разных фирм и организаций, всех хозяйствующих субъектов и экономических объектов с различными формами собственности. В процессе планирования обеспечивается необходимое равновесие между производством и потреблением продукции, величиной рыночного спроса на товары и услуги и объемом их предложения фирмами и предприятиями. При этом производители сами стремятся к наиболее полному удовлетворению своей продукцией и услугами всех существующих потребителей, рыночные запросы которых становятся по существу будущими планами производства предприятий и фирм.

Следовательно, сущность планирования заключается в научном обосновании предстоящих социально-экономических целей развития, выборе наилучших способов их осуществления на основе наиболее полного выявления требуемых рынком видов, объемов и сроков выпуска товаров, выполнения работ и оказания услуг и установления таких показателей их производства, распределения и потребления, которые при полном использовании ограниченных производственных ресурсов могут привести к достижению прогнозируемых в будущем качественных и количественных результатов.

Внутрифирменное планирование рыночной деятельности предприятий предусматривает не только целостное рассмотрение ряда производственно-хозяйственных, организационно-управленческих, финансово-экономических и многих

иных проблем, но и ориентацию на будущее принимаемых решений. Поэтому всякое решение любой существующей проблемы в ходе планирования может рассматриваться как средство для достижения более отдаленного результата.

В процессе планирования необходим комплексный, системный подход к решению возникающих на предприятии производственно-экономических и всех иных проблем. Формулировка производственных целей и выбор экономических ресурсов, направленных на достижение требуемых рынком плановых показателей или задач, представляет перспективное планирование или комплексное решение будущих проблем. В связи с этим внутрифирменное планирование подразумевает, что ни одна производственная или предпринимательская проблема не должна рассматриваться изолированно друг от друга и каждая из них формулируется с учетом ее принадлежности к системе или множеству взаимосвязанных задач или целей, выступающих на каждом предприятии как единая экономическая система. Следовательно, рыночное планирование внутрихозяйственной деятельности на различных предприятиях и в фирмах состоит в разработке вариантов желаемого будущего и нахождения путей более эффективного приближения к нему.

Любой план, как текущий, так и перспективный, должен быть осуществимым, жизнеспособным и гибким к внутренним и внешним изменениям производственной рыночной системы и ее окружения. Рыночный план развития предприятия должен быть наилучшим из возможных в данных условиях вариантов, способным легко претерпевать любые предстоящие изменения внутрифирменной деятельности. Он может непрерывно пересматриваться под влиянием новых рыночных требований, вновь полученной нормативной информации, приобретения научных знаний и производственного опыта, появления новых плановых проблем и выбора новых экономических целей.

Планирование в условиях рынка также служит основой осуществления множества разнообразных экономических, организационных, управленческих, социальных и многих других функций, характеризующих степень развития современного производства. Механизм их взаимодействия требует объединения в общий комплексный план или единую плановую систему соответствующих целей и средств их достижения. Например, при планировании различных экономических показателей перспективной деятельности предприятия следует наиболее полно использовать существующую систему прогрессивных нормативов, передовых стандартов, научных положений и экономических целей.

Основные экономические функции и формируемые цели каждого предприятия должны в процессе планирования его развития достаточно полно отражаться как в краткосрочных, так и в долгосрочных планах.

Весь процесс планирования в экономической организации можно разделить на две основные стадии: разработка стратегии деятельности фирмы (стратегическое планирование) и определение тактики реализации выработанной стратегии (оперативное, или, что то же самое, тактическое планирование).

Стратегическое планирование в общем виде представляет собой набор действий и решений, принятых руководством, которые ведут к разработке специфических стратегий, предназначенных для того, чтобы помочь экономической системе достичь своих целей. Более детально стратегическое планирование характеризуется как процесс, в котором рациональный анализ сложившейся ситуации и будущих возможностей ведет к формулированию долгосрочных намерений, стратегий, целей, мероприятий с учетом возможных шансов и рисков.

С точки зрения технологии стратегическое планирование определяется как:

- 1) итеративный процесс, включающий в себя определение стратегических целей;
- 2) разработка стратегий по достижению поставленных целей;
- 3) распределение необходимых для реализации целей ресурсов.

Наиболее важными различиями стратегического и оперативного планирования являются следующие:

— в стратегическом планировании, в отличие от оперативного, в значительно большей степени играют роль субъективные ценностные установки руководства;

— общий возможный диапазон альтернатив в стратегическом планировании более широк, чем в оперативном;

— стратегическое планирование в большей степени, чем оперативное, характеризуется неопределенностью; риски в рамках стратегического планирования оценить важнее;

— для стратегического планирования необходима большая информация об условиях окружающей среды, в то время как оперативное планирование в большей мере базируется на внутреннем анализе, а также на информации о совершившихся событиях;

— стратегическое планирование охватывает обычно более длительный период, чем оперативное, однако может охватывать и короткий период времени;

- стратегические планы структурируются обычно в глобальном масштабе и содержат по сравнению с оперативным меньше деталей. Стратегией не может быть простое определение желаемых целей и удобных способов их претворения. Принять желаемое за действительное — это еще не значит разработать стратегию. Стратегия должна исходить не из приятных мечтаний, а из реальных возможностей развития фирмы. Поэтому стратегия — это прежде всего реакция организации на объективные внешние и внутренние обстоятельства ее деятельности.

Тактическое планирование

Термин «тактика» — первоначально военный термин греческого происхождения, означавший маневрирование силами, подходящими для осуществления данных целей. Тактическое планирование—это принятие решений о том, как должны быть распределены ресурсы организации для достижения стратегических целей.

Тактическое планирование обычно охватывает краткосрочный и среднесрочный периоды, то есть является, как правило, предметом забот среднего и низшего управленческого звена.

Основной вопрос стратегического планирования — что хочет добиться организация. Тактическое планирование сосредоточено на том, как организация должна достигнуть такого состояния. То есть разница между стратегическим и тактическим планированием — это разница между целями и средствами.

Оперативное планирование

Этот термин означает практически то же самое, что и тактическое планирование. Однако термин «оперативное» более ярко, чем термин «тактическое», подчеркивает, что это планирование отдельных операций в общем хозяйственном потоке в коротком и среднем периодах, например, планирование производства, планирование маркетинга и т. п. Под оперативным планированием понимают также составление бюджета организации.

Исторически сложилось так, что планирование в отрасли туризм зародилось в Европе. Франция и Великобритания были в числе пионеров разработки технологии планирования туризма в начале шестидесятых годов XX века. На передовых позициях в разработке планов для индустрии туризма находилась Канада, начав развивать подобную деятельность в конце 60-х — начале 70-х годов XX века.

Следует подчеркнуть, что планирование в туризме всегда имеет территориальную привязку к определенному географическому пространству, представляющему интерес для туристской деятельности и имеющему специфические характеристики (туристские ресурсы). Оно существенно отличается от пространств, не связанных с туризмом, и должно быть предметом определенной политики, которая прогнозирует, регулирует и контролирует ее изменения, предусмотренные определенным планом.

Сущность планирования туристского пространства заключается в создании определенных условий на территории, которую можно использовать для развития туризма, опираясь при этом на инфраструктуру и другие туристские ресурсы.

Типы туристского пространства

1. Пространство с преобладанием «тропического» влияния, на котором солнце и пляжи являются решающим фактором для привлечения туристов.

2. Малоизмененное естественное пространство, в котором основным мотивом, привлекающим туристов, является природа, возможность для занятий спортом и приключений, контакт с природой, деревенский труд и т. д.

3. Культурное пространство, представляющее туристам возможность посещать музеи, театры, архитектурные ансамбли.

4. Антропологическое пространство, дающее возможность туристам для занятий, связанных с декоративным искусством, фольклором.

5. Городское пространство, связанное с большими и малыми центрами, такими как Париж, Лондон, Рим, а также центры, связанные с паломничеством.

Понятие «туристское пространство» получило свое развитие в концепции туристского центра. Туристский центр — совокупность туристских объектов, компактно расположенных на одной территории, объединенных общей инфраструктурой и служащих для целей обслуживания туристов.

Необходимым условием успешного развития туристской сферы является гарантия сохранения состояния стабильности в будущем. Сегодня успешное развитие туризма, как и общества в целом, не мыслится вне концепции устойчивого развития, предложенной Всемирным союзом охраны природы. Она формулируется следующим образом:

«Устойчивым развитием называется процесс, в рамках которого развитие происходит без нанесения ущерба ресурсам и их истощения. что и делает развитие возможным. Это, как правило, достигается либо таким управлением ресурсами, при котором они возобновляются с той же скоростью, с какой они используются, либо переключением с медленно возобновляемых ресурсов на быстро возобновляемые. При таком подходе ресурсы могут быть использованы как будущим, так и настоящим поколениями».

Усилиями специалистов Всемирной туристской организации (ВТО) данная концепция получила дальнейшее развитие в сфере туризма. В связи с этим известны три основных принципа устойчивого развития:

- экологическая устойчивость обеспечивает совместимость развития туризма с поддержанием базовых экологических процессов, биологического разнообразия и биологических ресурсов;

- социально-культурная устойчивость обеспечивает развитие, совместимое с культурой, самобытностью и жизненными ценностями местного населения;

• экономическая устойчивость обеспечивает экономическую эффективность развития туризма и такое положение, при котором избранный метод управления ресурсами дает возможность их использования будущими поколениями.

Устойчивое развитие туризма предполагает его планирование и управление, которые обеспечивали бы защиту природной и культурной среды, улучшение качества жизни местного населения, обеспечение туристам условий пребывания, соответствующих высоким международным стандартам. Эти задачи решаются на международном, национальном, региональном и местном уровнях управления и планирования.

Развитие устойчивого туризма объединяет туристов и поставщиков туристских объектов и услуг (туристскую индустрию) со сторонниками защиты окружающей среды, местным населением, стремящимся к более высокому уровню жизни. Важнейшей функцией субъекта планирования при этом является содействие в организации такого сотрудничества с использованием механизмов планирования, развития и управления.

Для получения реальных выгод от устойчивого развития туризма необходим учет потребностей туристов и индустрии туризма, сохранение и защита окружающей среды, как природной, так и культурной, а также обеспечение нужд местного населения. Объединяя и гармонизируя потребности всех этих элементов в рамках достижения устойчивого развития туризма, возможно обеспечить более высокое качество жизни местного населения.

В основе концепции устойчивого развития туризма лежит понятие пропускного потенциала. Пропускной потенциал — это та максимальная нагрузка, которую может выдержать тот или иной туристский объект без ущерба для местных ресурсов, негативного воздействия на впечатления от поездки и возникновения отрицательных социально-экономических проблем у местного населения.

Пропускной потенциал можно подразделить на три основных вида:

1. Экологический — уровень посещаемости, превышение которого приводит к неприемлемым экологическим последствиям либо в результате действий самих туристов, либо вследствие функционирования обслуживающей инфраструктуры.

2. Туристский социальный — уровень посещаемости, превышение которого влечет за собой ухудшение впечатлений от поездки.

3. Местный социальный — уровень посещаемости, превышение которого приводит к негативным последствиям для местной культуры и ухудшению взаимодействий с туристами.

Понятие туристско-рекреационных ресурсов, представляющих собой основу для устойчивого развития туризма, является базовым для проведения работ по планированию и прогнозированию, так как именно они определяют туристский потенциал территории.

Туристско-рекреационные ресурсы — совокупность природных и созданных человеком объектов, вызывающих интерес и мотивацию к путешествию, готовых для создания туристского продукта. Туристско-рекреационные ресурсы определяют специфику развития туризма на конкретной территории. Теоретически любой объект может быть интересен тем или иным туристам и способен использоваться для удовлетворения их разнообразных целей и поэтому может рассматриваться в качестве туристского ресурса. Чем большим «ассортиментом» различных туристских ресурсов, пригодных для туризма, обладает территория, тем больше она имеет возможностей для привлечения туристов и для увеличения продолжительности пребывания их в этом районе.

Для целей планирования туристско-рекреационные ресурсы можно сгруппировать в несколько видов:

—природно-климатические ресурсы, включающие ландшафты, биоклимат, гидроминеральные и уникальные природные ресурсы;

—историко-культурные ресурсы, к которым относятся памятники (культовой и светской архитектуры, археологические, этнографические и др.), народные промыслы, научные и технические комплексы и сооружения, современные культурно-зрелищные и развлекательные учреждения; специализированная туристская и общая инфраструктура. Специализированная инфраструктура включает средства размещения различных категорий, существующие туристские маршруты, специальное туристское оборудование, транспорт, туристские организации. К общей инфраструктуре относят услуги торговли и бытового обслуживания, дорожную сеть и транспорт, телекоммуникационные связи, коммунальные системы (тепло-, энерго-, водоснабжение);

—трудовые ресурсы, их численность, половозрастной состав, социальный и профессиональный состав, уровень образования и занятости, в том числе в первичном и вторичном секторах сферы услуг туризма.

Рассматривая туризм как сложную социально-экономическую систему, необходимо представлять, прежде всего, какие последствия может иметь бесконтрольное развитие туризма. Приведем лишь некоторые симптомы, характеризующие итоги «недостаточного уровня» планирования туризма:

1. Воздействие на физическую среду — повреждение или прогрессирующее изменение окружающей среды; теснота и перенаселенность территории; транспортные проблемы; загрязнение окружающей среды.

2. Воздействие на социальную среду — ограничение доступа местного населения к услугам и объектам туристской привлекательности, что приводит к недовольству со стороны местных жителей; потеря культурной индивидуальности; недостаточный уровень образования людей, занятых в индустрии туризма и гостеприимства.

3. Воздействие на маркетинг — неспособность извлекать выгоду из новых маркетинговых возможностей; недостаток кооперации между операторами в области рекламной деятельности; недостаточная гибкость в формировании пакетов услуг.

4. Воздействие на организации — недостаток взаимодействия между отдельными предприятиями туризма; неадекватное представление об интересах индустрии туризма; недостаточная поддержка со стороны местных властей; неспособность организаций действовать в общих интересах индустрии.

5. Прочие воздействия — недостаток объектов привлекательности и мероприятий в дестинации; ярко выраженный фактор сезонности; небольшая продолжительность пребывания туристов в дестинации; не достаточно развитая система туристской информации и др.

Для дестинации (или организации) существуют лишь две альтернативные модели поведения на рынке туристских услуг:

1) реагировать на изменения после того, как они произошли;

2) разработать метод или план по оценке текущей ситуации, прогнозированию будущей ситуации и выбору подходящих методов для извлечения максимальной выгоды из сложившихся обстоятельств.

Очевидно, что, учитывая всю сложность и многофакторность такой социально-экономической системы, как туризм, изменение любого фактора (например, спроса на те или иные туристские услуги или экологические проблемы в той или иной туристской дестинации) повлечет за собой цепную реакцию зачастую необратимых процессов во всей системе. Таким образом, второй вариант поведения для туризма является наиболее предпочтительным.

Туристская деятельность в дестинации развивается благодаря объектам привлекательности. Это могут быть уникальные культурные характеристики, исторические здания, архитектурные и исторические памятники, местные праздники, пляжи, парки, места для проведения спортивных мероприятий. Следовательно, если дестинация желает поддерживать туризм в долгосрочной перспективе, необходимо посредством планирования проявлять стремление к сохранению и поддержанию этих

факторов. Именно они отличают данную дестинацию от всех прочих. С этой точки зрения планирование в туризме ставит пять основных целей:

1. Определить альтернативные подходы к:

- маркетингу;
- организации туризма;
- сопутствующим услугам и мероприятиям.

2. Сформировать методы адаптации к неожиданным изменениям:

- общих экономических условий;
- энергоснабжения;
- жизненных ценностей;
- состояния отдельных отраслей экономики;
- прочих факторов внешней среды.

3. Поддержать уникальные для туризма характеристики:

- природных ресурсов;
- местной культурной и социальной структуры;
- местной архитектуры;
- исторических мест и памятников;
- местных традиций и обрядов;
- парков и спортивных площадок, и др.

4. Достичь желаемого состояния, как, например:

- высокого уровня дохода от туризма;
- положительного имиджа туристской дестинации;
- эффективной организации индустрии туризма;
- высокого уровня сотрудничества между отдельными операторами;
- развития эффективных маркетинговых и информационных программ и др.

5. Избежать нежелательного состояния процессов, протекающих в дестинации, таких, как:

- ненужная конкуренция между операторами;
- недружелюбные отношения местных жителей к туристам;
- повреждение или постоянное изменение природных и культурных ресурсов; потеря культурной индивидуальности;
- потеря рыночной доли;
- загрязнение окружающей среды;

- ярко выраженная сезонность;
- транспортные проблемы и др.

Таким образом, цели планирования туризма в основном сводятся к тому, чтобы избежать негативного воздействия на маркетинговую, социальную, окружающую среду, а также появления прочих отрицательных факторов, проявляющихся тогда, когда не практикуется планирование туризма.

Тема 2. Сущность и принципы бизнес планирования деятельности туристической фирмы

План:

Современное внутрифирменное планирование заключается в определении будущего желаемого состояния всего предприятия, отдельных производственных систем, экономических показателей или иных конечных результатов и тех целесообразных решений, которые необходимо осуществить, чтобы вывести объект или фирму из существующего положения в новое предполагаемое или планируемое. Механизм внутрифирменного планирования основывается на взаимодействии процессов микроэкономического исследования настоящего состояния предприятия и моделирования прогнозируемого уровня его развития в будущем.

Процесс планирования проходит обычно несколько стадий или этапов. *В европейском бизнесе принято выделять четыре основных этапа, или уровня, планирования:* разработка общих целей, определение конкретных задач, выбор основных путей и средств их достижения, контроль за их выполнением.

В современном отечественном производстве (в том числе и в туризме) планирование внутрифирменной деятельности предприятий служит организация, учет, контроль, регулирование и стимулирование. Очевидно, что данные функции определяют не только основной предмет планово-экономической деятельности фирм и других предприятий, но и, главным образом, объект внутривозвратного планирования. Основными объектами изучения внутрифирменного планирования выступают все существующие хозяйствующие субъекты, коммерческие организации и юридические лица, главной целью которых является извлечение прибыли из своей производственной и хозяйственной деятельности.

Бизнес-план (с англ.) – план предпринимательской деятельности, т.е. бизнес – синоним предпринимательства.

Бизнес – экономическая деятельность субъекта в условиях рыночной экономики, нацеленной на получение прибыли путем создания и реализации определенной продукции и услуг.

Предпринимательство – инициативная, самостоятельная деятельность граждан и их объединений, направленная на получение прибыли; осуществляется гражданами на свой страх и риск и под имущественную ответственность в пределах, определенных организационно-правовой формой предприятия.

Бизнес план – объективная оценка собственной предпринимательской деятельности предприятия, фирмы и в тоже время необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка и сложившейся ситуации.

Таким образом, бизнес-планирование помогает предпринимателям:

- реально оценить свои сильные и слабые стороны;
- рассматривать возможные альтернативы;
- предложить своевременные меры по предотвращению рисков, что обеспечивает успех задуманного дела и помогает обойти конкурентов.

При разработке бизнес плана необходимо соблюдать следующие принципы: гибкости, непрерывности, коммуникативности, интерактивности, многовариантности, участия, адекватности.

Тема 3. Цель, задачи и назначение бизнес плана туристической фирмы

Основная цель разработки бизнес плана – планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайший или отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

Другие цели могут быть различными, например:

- получение кредитов или привлечение инвестиций;
- определение степени реальности достижения намеченных результатов;
- доказательство целесообразности реорганизации работы уже существующей фирмы или создание новой;
- убеждение сотрудников фирмы в возможности достижения качественных и количественных показателей, намеченных в проекте и др.

Бизнес-план предусматривает решение следующих задач:

- координация действий всех подразделений фирмы при достижении цели;
- мотивация сотрудников на выполнение задач бизнес-плана;
- организационно-управленческая и финансово-экономическая оценка состояния предприятия;

- выявление потенциальных возможностей предпринимательской деятельности;
- выбор стратегии и тактики конкуренции;
- оценка финансовых, материальных и трудовых ресурсов, необходимых для достижения цели;
- определение намечаемого источника финансирования выбранной стратегии;
- выявление и оценка рисков, которые могут помешать выполнению бизнес плана;
- расчет ожидаемых финансовых результатов деятельности и пр.

Функции бизнес плана:

1. Связана с возможностью его использования для разработки стратегии бизнеса.
2. Планирование.
3. Позволяет привлекать извне денежные средства.
4. Позволяет привлечь инвесторов.
5. Позволяет улучшить информированность сотрудников о предстоящих действиях.

Назначение бизнес плана:

- а) служит для обоснования предполагаемого бизнеса и оценки результатов за определенный период времени;
- б) является документом, позволяющим управлять бизнесом;
- в) используется как средство получения необходимых инвестиций;
- г) может быть хорошей рекламой предполагаемого бизнеса;
- д) это документ, страхующий успех предполагаемого бизнеса;
- е) это инструмент самообучения.

Темы 4-10. Методика составления бизнес плана.

Структура Бизнес-плана

1. **Титульный лист** (лаконичный и привлекательный). На нем указывается:
 - название фирмы
 - местонахождение фирмы
 - название б/плана
 - данные адресата
 - меморандум о конфиденциальности (неразглашение информации о деятельности фирмы, ее перспективной политике, содержащейся в б/плане)
 - может содержаться требование о возврате автору, если он не вызывает интереса инвестировать в его реализацию
2. **Аннотация** (дается краткое описание цели и основных положений б/плана, объем 0,2 – 2 страницы).
3. **Оглавление** содержит перечень того, что будет включено в б/план, позволяющий быстро найти необходимую информацию.

4. **Введение** – указывается актуальность проекта, цель и задачи составления б/плана, а также круг лиц, которым он адресован.
5. **Концепция б/плана (резюме)** – это сжатый, быстро читаемый обзор информации о намечаемом бизнесе и целях, которые ставит перед собой фирма. Содержит:
- суть проекта – основные преимущества и уникальность бизнеса, перспективы его развития.
 - Актуальность предоставляемой услуги
 - Цель бизнес плана
 - Экономическое обоснование и эффективность проекта
 - Рамки и ограничения налагаемые на проект
 - Сведения о фирме
 - Команда управления
 - План действий, который целесообразно представить в виде таблицы:

Стратегия	Конкретные задачи реализации стратегии	План мероприятий	Сроки реализации

- финансирование
 - план возврата заемных средств
 - назначение бизнес плана
 - термины и определения, используемые в проекте
6. **Описание предприятия и отрасли.** Ключевые элементы раздела:
- основные сведения о предприятии (полное и сокращенное наименование, дата и место регистрации, № регистрационного удостоверения, юридический и почтовый адрес, банковские реквизиты, размер уставного капитала и его структура, учредители и пр.)
 - тип бизнеса (виды деятельности, которыми фирма фактически занимается или планирует заняться)
 - месторасположение (положительные и отрицательные стороны месторасположения)
 - характеристика отрасли (специфика отрасли, современное состояние и перспективы развития, технологическая изменчивость, капиталоемкость, ресурсоемкость, уровень монополизма, тенденции роста отраслевого рынка)
 - факторы, влияющие на деятельность предприятия (экономические, политические, демографические, природные, культурные и мировоззренческие)
 - цели и миссия предприятия
миссия – руководящая философия бизнеса, придающая фирме смысл ее существования, т.е. это идеальная картина будущего, то состояние, которое может быть достигнуто при самых благоприятных условиях;
цели – параметры, достижение которых обусловлено ее миссией и на реализацию которых направлена деятельность. Цели необходимо ранжировать (**система правил SMART**) S – конкретные, M- поддающиеся оценке, A – актуальные, R – реалистичные, T – контролируемые
7. **Характеристика услуг.** Ключевые элементы раздела:
- потребности, удовлетворяемые услугой (определяется основная ценность услуги, те потребности, которые она удовлетворит)
 - портрет потребителя услуги. Потенциальные клиенты могут быть описаны по следующим характеристикам:

- а) социально-демографические данные – пол, возраст, соц положение, образование, темперамент
- б) специальные данные: вторичные потребности клиентов
- в) платежеспособность - размер дохода, структура расходов клиента, эластичность спроса на ваш продукт, готовность тратить деньги
- принципы выбора услуги. Целесообразно оценить сильные и слабые стороны услуги

Преимущества т/продукта		Слабые стороны т/продукта	
Лучшее качество	Что его обеспечивает (снижение цены, специальные характеристики)	недостатки	Методы их преодоления

- Жизненный цикл услуги
- Наличие спроса на услугу. Спрос может быть платежеспособным (потребители, которые на текущий момент времени могут приобрести вашу услугу) и скрытым (перспективные потребители, которые имеют потребность, но не имеют возможности или которые сегодня не нуждаются в услуге, но могут нуждаться в будущем)

Емкость рынка (Е)– объем продаж конкурентной услуги

$$E = P + И - Э,$$

где P – производство данной услуги в регионе

И – импорт услуги

Э- экспорт

Степень удовлетворения спроса (Кс)

$$K_c = E / \text{спрос}$$

Если $K_c > 1$ - спрос превышает предложение, если $K_c < 1$ – наоборот

8. Система формирования и реализации туристской услуги. В разделе указываются:

- «портрет» услуги (описываются все качественные характеристики услуги)
- описание технических процессов формирования и реализации услуги (выявляются упущения и недостатки, которые могли бы привести к отрицательной реакции клиента)
 - техническое оснащение предприятия
 - комплектующие туристской услуги (производственные и административные расходы)
 - составляется прогноз объема продаж (используются качественные и количественные методы прогнозирования)

9. Конкуренция и конкурентное преимущество.

Цель раздела: обоснование выбора тактики конкуренции предприятия в условиях конкурентного рынка. Ключевые элементы раздела:

- Анализ сильных и слабых сторон предприятия и его основных конкурентов (SWOT – анализ);

- оценка конкурентоспособности продукции и услуг. Используются сводные индексы по потребительским и экономическим параметрам.

$$I_{\text{Э}} = \sum_{j=1}^m a_j * P_j,$$

где m – число анализируемых потребительских параметров

a_j – вес j-го параметра

P_j – значение параметрического индекса j-го параметра

$$I_{\text{Э}} = \sum_{k=1}^l y_k * \text{Э}k,$$

где l – число анализируемых экономических параметров

y_k - вес k-го параметра

$\text{Э}k$ – значение параметрического индекса k-го параметра

Затем рассчитывается интегральный показатель относительной конкурентоспособности

$$K = \frac{I_n}{I_{\text{Э}}}$$

Если $K > 1$, то анализируемая услуга превосходит по конкурентоспособности образец

Если $K < 1$, то анализируемая услуга уступает по конкурентоспособности образец

Если $K=1$, то анализируемая услуга находится на одном уровне по конкурентоспособности с образцом

- конкурентное преимущество (определяются преимущества низкого и высоко порядка). Задача – удержать и развить свои конкурентные преимущества.

10. План маркетинга. Структура раздела может быть следующей:

- стратегия маркетинга;
- товарная политика;
- ценовая политика;
- сбытовая политика;
- коммуникативная политика;
- бюджет маркетинга

В заключении раздела целесообразно построить таблицу.

Таблица. – Маркетинговая стратегия фирмы

Наименование турпродукта	Сегмент рынка по турпродукту	Состояние спроса по видам маркетинга	Тип маркетинга	Стадия ЖЦУ	Каналы распространения	Маркетинговая политика				Маркетинговые действия
						товарная	ценовая	сбытовая	коммуникативная	

11. Финансовый план.

Данный раздел плана отвечает на следующие вопросы:

- цена бизнес – плана;
- размер прибыли от реализации проекта;
- срок окупаемости проекта;
- точка безубыточности;
- рентабельность проекта;
- риски, существующие на пути реализации проекта.

1 этап – Составление плана продаж

- составляется в натуральных и стоимостных единицах измерения;
- составляется в помесечной или поквартальной разбивке;
- составляется на основе принципа осторожности (приветствуется пессимистический прогноз).

Таблица 1 – План продаж

Показатели	Период, месяцы						Итого
	1	2	3	4	5	6	
План продаж, ед.	20	40	40	50	50	60	260
Тур № 1, ед.	10	20	20	25	25	30	130
Тур № 2, ед.	10	20	20	25	25	30	130
Цена за единицу, руб.							
Тур № 1	100	100	100	100	100	100	
Тур № 2	200	200	200	200	200	200	
Выручка, руб.	3000	6000	6000	7500	7500	9000	39000
Тур № 1	1000	2000	2000	2500	2500	3000	13000
Тур № 2	2000	4000	4000	5000	5000	6000	26000

2 этап – планирование затрат на производство и реализацию турпродуктов

Таблица 2 - План переменных затрат на производство турпродукта

Показатели	Период						Итого
	1	2	3	4	5	6	
Объем продаж тура № 1	10	20	20	25	25	30	130
стоимость проживания	25	25	25	25	25	25	
стоимость питания	20	20	20	20	20	20	
Итого переменные затраты по туру № 1	450	900	900	1125	1125	1350	5850
Объем продаж тура № 2	10	20	20	25	25	30	130
стоимость проживания	35	35	35	35	35	35	
стоимость питания	30	30	30	30	30	30	
Итого переменные затраты по туру № 2	650	1300	1300	1625	1625	1950	8450
Итого переменных затрат	1100	2200	2200	2750	2750	3300	14300

Таблица 3 - План постоянных затрат на производство и реализацию турпродукта

Показатели	Период						Итого
	1	2	3	4	5	6	
Постоянные затраты, в т.ч	3541	3541	3541	3541	3541	3541	21246
амортизация	42	42	42	42	42	42	252
заработная плата	2000	2000	2000	2000	2000	2000	12000
ЕСН	284	284	284	284	284	284	1704
связь	190	190	190	190	190	190	1140
аренда	1000	1000	1000	1000	1000	1000	6000
прочие	25	25	25	25	25	25	150

Таблица 4 - План налоговых отчислений

Показатели	Период						Итого
	1	2	3	4	5	6	
Стоимость амортизируемого имущества	10000	9958	9916	9874	9832	9790	
Налог на имущество 0,2 %	20	20	20	20	20	20	119
ЕСН	284	284	284	284	284	284	1704

3 этап – Прогноз прибылей и убытков

- прогноз прибылей и убытков – документ который показывает сколько прибыли планирует заработать бизнес
- составляется по форме, аналогичной отчету о прибылях и убытках российской бухгалтерской отчетности

Таблица 5 - План прибылей и убытков

Показатели	Период						Итого
	1	2	3	4	5	6	
Доходы: выручка	3000	6000	6000	7500	7500	9000	39000
Расходы, в т.ч.	4641	5741	5741	6291	6291	6841	35546
переменные затраты	1100	2200	2200	2750	2750	3300	14300
постоянные затраты	3541	3541	3541	3541	3541	3541	21246
Прибыль от обычных видов деятельности	-1641	259	259	1209	1209	2159	3454
Налог на имущество	20	20	20	20	20	20	118,74
Прибыль до налогообложения (база для расчета налога на прибыль)	-1661	239	239	1189	1189	2139	3335,3
Налог на прибыль	0	57,38	57,4	285,42	285,441	513,46	1199,1

4 этап – Получение кредита

Организация планирует приобрести офисную технику, стоимость которой 25000 руб. Для этого необходимо взять кредит.

- кредит берется на 5 месяцев, под 22% годовых

Таблица 6 - План кредитования

Показатели	Период	Итого
------------	--------	-------

	1	2	3	4	5	6	
Получение кредита	25000						
Остаток кредита на начало месяца	0	25000	20000	15000	10000	5000	0
Погашение кредита	0	5000	5000	5000	5000	5000	25000
Остаток кредита на конец месяца	25000	20000	15000	10000	5000	0	
Оплата процентов	457,5	366	274,5	183	91,5	0	1372,5

5 этап – Прогноз движения денежных средств

Таблица 7 - Прогноз движения денежных средств по основной деятельности

Показатели	Период						Итого
	1	2	3	4	5	6	
Притоки (выручка)	3000	6000	6000	7500	7500	9000	39000
Оттоки	4619	5776,3	5776,2	6554,2	6554,1	7332,04	36611,8
Переменные затраты	1100	2200	2200	2750	2750	3300	14300
заработная плата	2000	2000	2000	2000	2000	2000	12000
ЕСН	284	284	284	284	284	284	1704
связь	190	190	190	190	190	190	1140
аренда	1000	1000	1000	1000	1000	1000	6000
прочие	25	25	25	25	25	25	150
Налог на имущество	20	20	20	20	20	20	119
Налог на прибыль	0	57,38	57,4	285,42	285,441	513,461	1199,1
Денежные средства в периоде	-1619	223,7	223,77	945,83	945,895	1667,96	2388,16
Накопленные денежные средства	-1619	-1395,3	-1172	-225,7	720,198	2388,16	

Таблица 8 - Прогноз движения денежных средств по всем видам деятельности

Показатели	Период						Итого
	1	2	3	4	5	6	
Основная деятельность							
Притоки	3000	6000	6000	7500	7500	9000	39000
Оттоки	4619	5776,3	5776,2	6554,2	6554,1	7332,04	36611,8
Денежные средства в периоде	-1619	223,7	223,77	945,83	945,895	1667,96	2388,16
Накопленные денежные средства	-1619	-1395,3	-1172	-225,7	720,198	2388,16	0
Финансовая деятельность							
Притоки	25000	0	0	0	0	0	25000
Оттоки	457,5	5366	5274,5	5183	5091,5	5000	26372,5
Денежные средства в периоде	24543	-5366	-5275	-5183	-5091,5	-5000	-1372,5
Накопленные денежные средства	24543	19177	13902	8719	3627,5	-1372,5	
От всех видов деятельности							
Притоки	28000	6000	6000	7500	7500	9000	64000
Оттоки	5076,5	11142	11051	11737	11645,6	12332	62984,3
Денежные средства в периоде	22924	-5142,3	-5051	-4237	-4145,6	-3332,04	1015,66
Накопленные денежные средства	22924	17781	12730	8493,3	4347,7	1015,66	

6 этап – Прогноз запаса финансовой прочности

а) Расчет точки безубыточности

б) Расчет запаса финансовой прочности

7 этап – Расчет экономической эффективности производства и реализации турпродукта.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ДОМАШНИХ ЗАДАНИЙ

Домашние задания студенты выполняют по заданным темам в соответствии с рабочей программой курса и оформляют в отдельной тетради, предназначенной для выполнения домашних заданий. Домашняя работа студентов состоит не только в подготовке к семинарскому занятию по заданным вопросам, но и поэтапной разработке бизнес проекта (по группам). Задание выдается в начале семестра и окончательная защита проекта предусмотрена во время зачета.

Задание: Разработка проекта предприятия социально-культурной сферы и туризма в г. Благовещенске.

В центре города расположен 2-х этажный особняк 19 века с подвалом и чердаком. Первый и второй этажи имеют полезную площадь по 200 квадратных метров, подвал и чердак – по 150 квадратных метров. Придумать и разработать бизнес идею по использованию особняка при условии, что данный проект будет социально значим для города и экономически эффективен. Если проект будет оценен городскими властями положительно, возможно получение особняка в бесплатную аренду.

При подготовке к семинарским занятиям и при разработке проекта студентам рекомендуется пользоваться литературой, представленной в п. 3.

6. ТРЕБОВАНИЯ К КУРСОВЫМ РАБОТАМ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМОЙ»

Тема курсовой работы выбирается студентом самостоятельно и утверждается руководителем. примерный перечень тем курсовых работ по дисциплине «Экономика и управление туристической фирмой» представлен в рабочей программе по курсу.

1. Срок сдачи курсовой работы на кафедру: по графику, утвержденному кафедрой «Мировая экономика».

2. Проверяется курсовая работа в течении 3-х дней (после прохождения нормоконтроля), при отсутствии существенных замечаний назначается защита. Если работа соответствует не всем требованиям, то она возвращается на доработку с замечаниями (время исправления – 3 дня).

3. Защита курсовых работ проводится в соответствии с графиком защиты курсовых работ, утвержденным на заседании кафедры «Мировая экономика».

4. Объем курсовой работы 40 – 45 с. печатного текста (без приложений).

5. Курсовая работа должна быть выполнена в соответствии с ГОСТом (работа проверяется только с подписью нормоконтролера).

6. Структура работы:

1 глава – теоретическая: рассматриваются проблемы планирования на предприятиях СКС и Т, с учетом особенностей бизнес планирования в сфере услуг;

2 глава – разработка бизнес идеи, описание предприятия и отрасли, характеристика предоставляемых услуг, описание системы формирования и реализации данных услуг, определение конкурентных преимуществ, разработка плана маркетинга;

3 глава – финансовая часть бизнес плана.

7. Критерии оценки

Критерии оценки	Максимально возможное количество баллов	Предварительно набранные баллы	Итоговые баллы (с учетом защиты)
По форме:			
1. Наличие плана и внутренних рубрикаций (целесообразность и правильность оформления);	10		
2. Правильно составленный библиографический список;	5		
3. Правильность и точность цитирования.	5		
По содержанию:			
1. Самостоятельность (проверяется постранично с обсуждением выбранных отрывков);	30		
2. Использование первичных источников информации, проведение самостоятельного исследования;	20		
3. Умение делать выводы по собственному исследованию;	20		
4. Связь с деятельностью предприятий СКС и Т Амурской области.	10		
Всего	100		
«Отлично»	86-100		
«Хорошо»	70-85		
«Удовлетворительно»	51-69		
«Неудовлетворительно»	50 и менее		

По итогам защиты число предварительно набранных баллов может быть снижено или увеличено.

Если в ходе защиты курсовой работы выясняется, что работа написана не автором, защита прекращается, все предварительно набранные баллы аннулируются, и студент обязан написать курсовую работу по новой теме, предложенной руководителем.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ПРЕПОДАВАНИИ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМОЙ»

Презентации с использованием мультимедийных средств в программе Power Point:

- лекция по теме «Конкуренция и конкурентное преимущество» проводится с использованием презентации в программе Power Point и мультимедийных средств;

- по итогам разработки бизнес планов студенты представляют индивидуальные задания в виде докладов по основным разделам с применением методических приемов

показа и рассказа и в форме презентаций с использованием мультимедийных средств в программе Power Point.

- лекция по теме «Разработка финансовой части бизнес плана и оценка рисков» проводится с использованием презентации в программе Power Point, Excel и мультимедийных средств.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРИМЕНЕНИЮ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

В процессе изучения дисциплины «Экономика и управление туристической фирмой» активно используются современные информационные технологии, особенно Интернет при подготовке к лекциям, а также к семинарским и практическим занятиям.

Рекомендуемы Интернет-ресурсы:

Поисковые системы www.rambler.ru , www.aport.ru, www.google.ru , www.yandex.ru.

9. ПЕРЕЧЕНЬ КОНТРОЛЬНЫХ ВОРОСОВ К ЗАЧЕТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМОЙ»

1. Понятие стратегического планирования.
2. Стратегические решения в условиях конкуренции.
3. Предпосылки возникновения и процесс стратегического управления туристской фирмы.
4. Создание и выбор организационно-правовой формы туристической фирмы
5. Понятие бизнес - планирования.
6. Сущность и этапы бизнес - планирования.
7. Структура бизнес плана.
8. Принципы бизнес планирования.
9. Цели и задачи бизнес плана.
10. Назначение бизнес плана.
11. Особенности составления бизнес плана для разных сфер социально-культурного сервиса и туризма.
12. Методика составления бизнес плана.
13. Этапы процесса планирования.
14. Резюме (концепция) бизнес плана.
15. Введение и содержание бизнес плана.

16. Описание предприятия и отрасли.
17. Система формирования и реализации услуги
18. Конкуренция и конкурентное преимущество
19. План маркетинга
20. Организационный план фирмы
21. Финансовый план
22. Оценка рисков
23. Эффективность бизнес-проектов

10. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ КАДРАМИ ПРОФЕССОРСКО-ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОГО СОСТАВА

№ п/п	Наименование дисциплин в соответствии с учебным планом	Обеспеченность преподавательским составом								
		Ф.И.О. должность по штатному расписанию	Какое образовательное учреждение профессионального образования окончил, специальность по диплому	Ученая степень и ученое звание (почетное звание)	Стаж научно педагогической работы			Основное место работы, должность	Условия привлечения к трудовой деятельности (штатный, совместитель (внутренний или внешний с указанием доли ставки), иное)	Кол-во часов
					Всего	В т. ч. педагогический				
						Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине			
	Экономика и управление туристической фирмой	Царевская Е. А., ст. преподаватель	АмГУ, Мирова\ экономика		6 л. 6 мес.	6 л. 3 мес.	3 г.	АмГУ каф. МЭ, ст. препод.	Штатный	188,2